

А. В. Бедин

Научный руководитель

А. Я. Якимик

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

РАЗВИТИЕ «ЗЕЛеной» ЭКОНОМИКИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ВНЕДРЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ИНИЦИАТИВ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ. ЗАРУБЕЖНЫЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ

Республика Беларусь придерживается курса развития «зеленой» экономики, что отражено в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. [1]. В 2015 г. Республика Беларусь на 70-й сессии Генеральной Ассамблеи Организации Объединенных Наций взяла обязательства по реализации целей устойчивого развития. Согласно индексу устойчивого развития стран, в рейтинге среди 162 государств в 2019 г. Беларусь заняла 23-е место.

Основными приоритетными направлениями развития «зеленой» экономики в Республике Беларусь являются устойчивое потребление и производство, снижение энергоемкости валового внутреннего продукта [2].

В настоящее время в мире наблюдается постоянный рост рынка органических продуктов. В Беларуси рынок органической продукции только формируется. В 2018 г. в Республике Беларусь принят закон «О производстве и обращении органической продукции», в котором прописаны требования к производству органической продукции. Появились белорусские производители биопродукции. На ряду с этим заканчивается строительство в Минске экорынка площадью 20 тыс. м², где ассортимент экотоваров на рынке будет представлен фермерскими продуктами.

Тенденция уменьшения отходов и переработки отходов обсуждается сегодня достаточно остро во всем мире. Существует мнение о том, что ритейл играет не последнюю роль в проблеме накопления и увеличения количества мусора. Одним из трендов экологизации торговли является отказ частичный или полный от использования упаковки в ритейле. Ярким мировым примером являются магазины формата «packaging-free» или товары без упаковок, «на развес». Первой альтернативой супермаркетам стал лондонский «Unpackaged», который открылся в 2006 г. Сегодня наибольшее число торговых марок «packaging-free» магазинов насчитывается в Европе и в США.

Крупнейшие мировые бренды также поддерживают экоинициативы. Например, спортивная компания «Puma» предложила использовать вместо обувной коробки и пакета сумку для обуви на картонном держателе. Фирмы «Adidas» и «Стелла Маккартни» выпустили лимитированные кроссовки «Parley Ultraboost X», сделанные из переработанного пластика. Компания «Икея» объявила о постепенной ликвидации пластмасс, планирует предлагать солнечные панели на 29 рынках, наряду с этим в 2018 г. был начат сбор и переработка текстиля во всех магазинах «Икея». К данной акции присоединилась компания H&M, которая часто подвергается обвинениям в загрязнении окружающей среды. Для улучшения положения во всех магазинах бренда была запущена бессрочная акция по сбору вещей для переработки и повторного использования.

Белорусские ритейлеры также придерживаются определенных экологических инициатив в своей деятельности. С октября 2010 г. в Беларуси стартовала кампания «Зеленый офис». Белорусские ритейлеры поддержали инициативу открытого акционерного общества «БелВТИ» по раздельному сбору отработанных батареек, установив специальные контейнеры. В сентябре 2019 г. принято постановление об ограничении использования полиэтиленовой упаковки в организациях торговли. Нововведение направлено на обеспечение предоставления покупателю выбора вида упаковки – традиционной полиэтиленовой или экологически безопасной бумажной [3].

Следует отметить некоторые экологические инициативы, используемые в деятельности отечественных ритейлеров. В торговой сети «Евроопт» внедрены следующие экоинициативы: пункты заправки для электромобилей, экотовары фермерских хозяйств, тканевые сумки. Ярким примером «зеленого» ритейла служит сеть гипермаркетов «Green». В ассортименте гипермаркетов присутствуют натуральные продукты, произведенные на фермах, а также ряд экологически сертифицированных товаров. Сеть Белкоопсоюза занимается не только торговлей, но и заготовкой экологически чистых товаров, сбором и переработкой полиэтилена, макулатуры, металлолома и т. д.

На основе проведенного анализа следует отметить, что развитие «зеленой» экономики оказывает влияние на формирование нового формата в розничной торговле – «зеленого» ритейла. В связи с чем в настоящее время в мировом и отечественном ритейле сформировались следующие экологические тренды:

- переработка тары и упаковки;
- сбор использованных батареек;
- сбор и переработка текстиля;
- отказ от пластиковых пакетов;
- отказ от пластика и одноразовой посуды;
- организация «зеленого офиса»;
- утилизация отходов;
- энергосбережение.

Список использованной литературы

1. **Национальная** стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. // Экон. бюл. / Науч.-исслед. экон. ин-т М-ва экономики Респ. Беларусь. – 2015. – № 4 (214). – С. 6–99.

2. **О приоритетных** направлениях укрепления экономической безопасности государства : Директива Президента Респ. Беларусь от 14 июня 2007 г. № 3 // Официальный интернет-портал Президента Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/direktiva-3-ot-14-ijunja-2007-g-1399. – Дата доступа : 07.02.2020.

3. **Об изменении** постановления Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 27 июня 2017 г. № 28 : постановление М-ва антимонопольного регулирования и торговли Респ. Беларусь от 2 сент. 2019 г. № 72 // Kodeksy-by.com [Электронный ресурс]. – 2012–2020. – Режим доступа : https://kodeksy-by.com/norm_akt/source-Минторг%20РБ/type-Постановление/53-25.06.2019.htm. – Дата доступа : 07.02.2020.